

TESIS

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BODY  
IMAGE SATISFACTION* & NIAT BELI PRODUK FASHION  
PEREMPUAN MILLENIAL



Rr. ARINI CHIKITA SELFIA SENTANA  
No. Mhs. : 17.688/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2019



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Rr. ARINI CHIKITA SELFIA SENTANA  
Nomor Mahasiswa : 175002688/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi "*Body Image Satisfaction*" dan Niat Beli Produk Fashion Perempuan Millennial

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

5 Januari '19

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Rr. ARINI CHIKITA SELFIA SENTANA  
Nomor Mahasiswa : 175002688/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi "*Body Image Satisfaction*" dan Niat Beli Produk Fashion Perempuan Millennial

Nama Penguji Tanggal Tanda tangan

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi,  
SE., M.Si.

21 Januari 2019

Dr. Dra. Jeanne Ellyawati, M.M.

21 Januari 2019

Mahestu N Krisjanti, M.Sc.IB,  
Ph.D.

21 Januari 2019



Ketua Program Studi

Dr. Dra. Jeanne Ellyawati, M.M.

## HALAMAN PERNYATAAN

Sehubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku saat ini, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rr. ARINI CHIKITA SELFIA SENTANA  
Nomor Mahasiswa : 175002688/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi "*Body Image Satisfaction*" dan Niat Beli Produk Fashion Perempuan Millennial

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi hukum atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil duplikasi atau plagiasi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 25 Januari 2019



Rr. Arini Chikita Selfia Sentana



5. Terimakasih buat Kakek saya “Samuel Tandipayung” yang dengan doa serta segala dukungannya selama penulis study \*sehat selalu yaa .
6. Geng Tercinta sahabat seperjuangan Evinalia, Intan, Sebastio, Astrid, Riris, Danang, & Marthin yang selalu peka dan ngangenin. see u on top guys !
7. Sahabat teman curhat Maria, Vanny, Ovi, Fitri, Michi, Adrian, Enzo, Andrew, Chika yang selalu meluangkan waktu disaat genting.
8. The ladies Amel, Sherly, dan Padit kehadiran kalian selaluku nantikan selalu bahagia yaa.
9. Teman- Teman MM angkatan September 2017 Ko Hoo, Ko Obed, kak Al, Frater, kak Ando, Bang Bona, Kak Yoga, Bli, Kak Nixon, Pak Sirilus terimakasih buat kekompakan selama ini sukses buat kita semua.
10. Teman- Teman Pelayanan Kids Impact MM terimakasih buat dukungan doa selama ini semangat melayani Tuhan ya guys.
11. Semua pihak yang telah mendukung dengan apapun dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan tesis ini. Semoga tesis yang jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi kepentingan banyak orang.

Yogyakarta, <sup>25</sup> Januari 2019

Penulis



Rr. Arini Chikita Selfia Sentana

## INTISARI

Wanita menggunakan pakaian untuk meningkatkan kemampuan kepercayaan diri dan meningkatkan kepuasan citra tubuh mereka secara keseluruhan. Karena faktor-faktor ini ada peningkatan minat pada citra tubuh, wanita Generasi Y dan keputusan pembelian mereka. Konsumen selalu mencari produk untuk mendefinisikan diri mereka sebagai individu dengan demikian menciptakan rasa identitas diri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor citra tubuh apa saja yang mempengaruhi kepuasan citra tubuh pada perempuan millennial, menganalisis peran ukuran tubuh pada konsumen perempuan pada niat beli pasif dan niat beli aktif dan untuk menganalisis perbedaan faktor-faktor kepuasan citra tubuh dan niat beli pasif dan aktif ditinjau dari BMI. Sampel yang diteliti adalah 297 responden perempuan millennial yang pernah atau sedang melakukan diet.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Faktor Selebriti, Faktor Lingkungan, Faktor Kepribadian Merek dan Citra tubuh yang Dirasakan berpengaruh terhadap “Body Image Satisfaction”. “Body Image Satisfaction” berpengaruh terhadap niat beli pasif perempuan generasi millennial. Kelompok Underweight memiliki persepsi yang tinggi pada kesehatan, kelompok normal weight memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi, kelompok overweight memiliki niat beli pasif yang tinggi dan kelompok obese memiliki perceived body image terendah.

**Kata Kunci : *Body Image Satisfaction, Purchase Intent***

## ABSTRACT

Women use clothing to boost their confidence and enhance their overall body image satisfaction. Because of these factors there is an increased interest in body image, as well as, Generation Y women and their purchasing decisions Consumers are always searching for products to define themselves as individuals thereby creating a sense of self-identity.

The purpose of this study was to analyze body image factors that affect body image in millennial women, analyze the role and performance of consumers at the same time. passive and active buying in terms of BMI. The samples studied were 297 millennial female respondents who had or were on a diet.

The results of this study found Factors, Environmental Factors, Brand Personality Factors and Body Images that were felt in "Body Image Satisfaction". "Satisfaction of Body Images" Creates Metropolis Compliance with Millennium Generation Women. Underweight groups have a high perception on health, groups with normal weight have a high level of trust and obese groups have a low body impression.

**Key Words :** *Body Image Satisfaction, Purchase Intent*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membimbing dan membantu baik berupa ide, gagasan, materi, maupun dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu. Tesis dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi “*Body Image Satisfaction*” dan Niat Beli Produk Fashion Perempuan Millennial “menjadi syarat akhir dalam mendapatkan gelar sarjana strata dua pada Program Magister Manajemen Progran Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkat sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Ibu Prof. Dr. M.F. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku pembimbing tesis yang telah banyak memberikan dan mengajarkan hal-hal yang berguna dalam proses penulisan. Terima kasih untuk wawasan cemerlang, waktu, tenaga, kebersamaan, dan ilmu-ilmu yang diberikan. I'll be miss bimbingan with u mam.
3. Keluarga tercinta, papa dan mama dan adik-adik saya (Okky & Fidiyah) yang sangat luar biasa. Terima kasih buat segala doa serta semangatnya. Tuhan Yesus menyertai selalu dan bila waktuNya rasa terimakasih ini akan segera terbayarkan.
4. Kelaurga Besarku semua... terimakasih buat segala doa-doa dan supportnya. Gelar ini kupersembahkan untuk semuanya ☺
5. Terimakasih buat Kakek saya “Samuel Tandipayung” yang dengan doa serta segala dukungannya selama penulis study \*sehat selalu yaa .



6. Geng Tercinta sahabat seperjuangan Intan, Evinalia Sebastio, Astrid, Riris, Danang, & Marthin yang selalu peka dan ngangenin. see u on top guys !
7. Sahabat teman curhat Maria, Vanny, Ovi, Fitri, Andrew, Chika Michi, Adrian, Enzo, yang selalu meluangkan waktu disaat genting.
8. The ladies Amel, Sherly, dan Padit kehadiran kalian selaluku nantikan selalu bahagia yaa.
9. Teman- Teman MM angkatan September 2017 Ko Hoo, Ko Obed, kak Al, Frater, kak Ando, Bang Bona, Kak Yoga, Bli, Kak Nixon, Pak Sirilus terimakasih buat kekompakan selama ini sukses buat kita semua.
10. Teman- Teman Pelayanan Kids Impact MM Kak Devina, kak monic, kak Yesaya, kak Edu, kak Corly, kak Carfin, kak Eko, kak Tanza, kak Yemima, kak Berkat, kak Dini, kak Dian, kak Lilin, dan kk-kk lainnya terimakasih buat dukungan doa selama ini semangat melayani Tuhan ya guys.
11. Semua pihak yang telah mendukung dengan apapun dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan tesis ini. Semoga tesis yang jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi kepentingan banyak orang.

Yogyakarta, Januari 2019

Penulis

Rr. Arini Chikita Selfia Sentana

Motto Hidup

“ If u can DREAM IT, YOU CAN DO IT  
^ Go Live your DREAM ”



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Perilaku Konsumen .....	5
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen .....	5
2.2 Perempuan Millennial .....	5
2.2.1 Definisi Perempuan Millennial .....	5
2.3 Citra Tubuh.....	6

2.3.1 Definisi Citra Tubuh .....	6
2.4 Persepsi diri pada kesehatan .....	7
2.4.1 Definisi Persepsi diri pada kesehatan .....	7
2.5 Faktor Pribadi .....	8
2.5.1 Definisi Faktor Pribadi .....	8
2.6. Faktor Sosial .....	8
2.6.1 Definisi Faktor Sosial .....	8
2.7. Faktor Lingkungan .....	9
2.7.1 Definisi Faktor Lingkungan .....	9
2.8. Kepribadian Merek .....	10
2.8.1 Definisi Kepribadian Merek .....	10
2.9. Citra Tubuh yang dirasakan dan kepuasan .....	10
2.9.1 Definisi Citra Tubuh yang dirasakan dan kepuasan .....	10
2.10. Niat Beli .....	11
2.10.1. Definisi Niat Beli .....	11
2.11. Studi Terdahulu .....	12
2.12. Model Penelitian .....	17
2.13. Pengembangan Hipotesis .....	18
2.13.1. Persepsi diri pada kesehatan .....	18
2.13.2. Faktor Pribadi .....	18
2.13.3. Faktor Sosial .....	19
2.13.4. Faktor Lingkungan .....	20
2.13.5. Kepribadian Merek .....	21
2.13.6. Citra tubuh dan kepuasan .....	22
2.13.7. Niat Beli .....	23

2.13.8. Body Mass Index (BMI).....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1. Populasi, Sampel, dan Data.....	26
3.1.1. Populasi.....	26
3.1.2. Sampel.....	26
3.1.3. Data .....	26
3.2. Objek, Lokasi dan Subjek Penelitian .....	27
3.2.1. Objek Penelitian.....	27
3.2.2. Lokasi Penelitian.....	27
3.2.3. Subjek Penelitian.....	28
3.3. Prosedur Penelitian.....	28
3.3.1. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
3.5. Metode Pengukuran Data .....	31
3.6. Pengujian Instrumen Penelitian.....	31
3.6.1. Uji Validitas .....	32
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	34
3.7 Metode Analisis Data .....	35
3.7.1. Analisis Deskriptif Responden.....	35
3.7.2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	35
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.7.4. Uji t (uji koefisien regresi secara parsial) .....	37
3.7.5. Uji F (uji koefisien regresi secara bersama-sama .....	38
3.7.6. Koefisien Determinasi.....	39
3.7.7. Uji One Way Anova.....	40



<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1. Analisis Deskriptif Responden .....	42
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
4.1.2 Karakter Responden berdasarkan Domisili.....	43
4.1.3. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.1.4. Karakteristik responden berdasarkan Tinggi Badan .....	44
4.1.5. Karakteristik responden berdasarkan Berat Badan .....	45
4.1.6. Karakteristik responden berdasarkan Status Pernikahan .....	46
4.1.7. Karakteristik responden berdasarkan Persepsi Berat Badan.....	46
4.1.8. Karakteristik responden berdasarkan Angka Berat Badan Dihilangkan	47
4.1.9. Karakteristik responden berdasarkan Program Diet .....	48
4.1.10. Karakteristik responden berdasarkan Perawatan .....	49
4.1.11. Karakteristik responden berdasarkan BMI .....	50
4.1.12. Karakteristik Responden berdasarkan Variabel Persepsi (X1) .....	50
4.2. Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Per Variabel .....	52
4.3. Analisis Regresi linier dan Uji Hipotesis.....	55
4.4. Uji One Way ANOVA.....	55
4.5 Pembahasan.....	59
4.5.1. Pengaruh Persepsi Diri Pada Kesehatan .....	59
4.5.2. Faktor Pribadi.....	61
4.5.2.1. Percaya Diri.....	61
4.5.2.2. Preferensi Pribadi.....	62
4.5.3. Faktor Sosial .....	63
4.5.3.1. Selebriti .....	63
4.5.3.2. Kepercayaan & Moral.....	64

4.5.4. Faktor Lingkungan.....	65
4.5.5. Kepribadian Merek .....	66
4.5.6. Citra tubuh dan kepuasan .....	67
4.5.6.1. Citra Tubuh yang di rasakan .....	67
4.5.7. Niat Beli.....	69
4.5.7.1 Niat Beli Pasif .....	69
4.5.7.2. Niat Beli Aktif.....	70
4.5.8. BMI (Body Mass Index).....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Implikasi Managerial .....	81
5.3. Keterbatasan penelitian.....	82
5.4. Saran bagi Peneliti Masa Datang .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 .....	15
Tabel 3.1 .....	28
Tabel 3.2 .....	31
Tabel 3.3 .....	33
Tabel 3.4 .....	34
Tabel 4.1 .....	41
Tabel 4.2 .....	43
Tabel 4.3 .....	44
Tabel 4.4 .....	45
Tabel 4.5 .....	45
Tabel 4.6 .....	46
Tabel 4.7 .....	46
Tabel 4.8 .....	47
Tabel 4.9 .....	48
Tabel 4.10 .....	49
Tabel 4.11 .....	49
Tabel 4.12 .....	50
Tabel 4.13 .....	51
Tabel 4.14 .....	52
Tabel 4.15 .....	54
Tabel 4.16 .....	55
Tabel 4.17 .....	55
Tabel 4.18 .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 .....	17



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 .....	87
Lampiran 2 .....	99
Lampiran 3 .....	107
Lampiran 4 .....	110
Lampiran 5 .....	112
Lampiran 6 .....	114
Lampiran 7 .....	117

